

3 1761 11635544 7

SN 0705-9140

I.T.C. Newsletter

Canada Commerce

Vol. 2/No. 2/May 1979

Government Publications

New Canada Trade Centre — Tokyo

The prospects have never been better for Canadian manufacturers to gain a foothold in Japan. A *Canada Trade Centre* was opened in January at the World Import Mart in Tokyo to encourage and assist Canadian firms to pursue these opportunities immediately.

Japan has become the world's second \$1 trillion economy; it is a large and wealthy market; and these recent developments should lead Canadian firms to reassess opportunities:

- The Japanese yen has increased in value compared to the Canadian dollar by 50 per cent over the last two years;
- The Japanese government, facing a record balance of payments surplus in 1978, has been seeking to facilitate an increase in Japanese imports of manufactured goods;
- A continuing trend towards liberalization of Japanese tariffs and import quotas has been evident since the late 1960s and could move a further step forward if there is a successful conclusion in the current Multilateral Trade Negotiations.

These developments have been important factors leading to increased consumer and industrial acceptance of imported products in Japan.

Many Canadian firms, whose products were not competitive enough to gain access to this market

before, are now discovering that they can sell in Japan. Canadian companies should move quickly to benefit from this price advantage which they now hold.

The *Canada Trade Centre* will be used for a specific series of shows and fairs exclusively for Japanese distributors, and play a major role in increasing the awareness of Japanese firms as to what Canadian companies can offer in the way of attractive products and services. The solo specialized trade shows, each featuring a selected industry sector in Canada, will run for a period of 4-6 days.

The exhibits for the centre for

- | | |
|-------|---|
| April | — Processed Fish |
| May | — Electronic Instruments and Components |
| June | — Building Products |

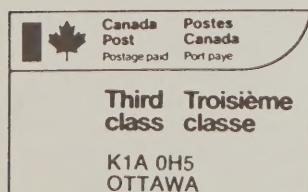
The final six months are still in the planning stages, but under consideration are:

- | | |
|-----------|----------------------------|
| July | — Furniture Show |
| August | — A holiday month in Japan |
| September | — Fur Fashions |
| October | — Nuclear Equipment |
| November | — Floor Coverings |
| December | — Computer Data Systems |

The *Centre*, operated by the Commercial Section of the Canadian Embassy in Tokyo, comprises 300 sq. meters of space on the seventh floor of the Import Mart, in close proximity to similar display centres run by the United States and the United Kingdom.

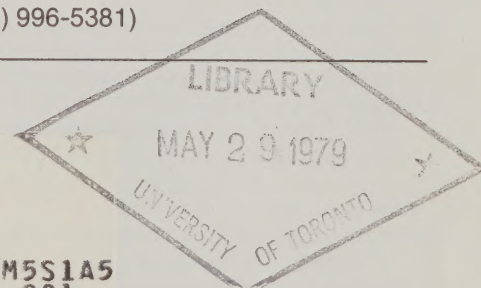
If your company is interested in participating in any of the shows, or if you wish to suggest sectors where a suitable contingent of Canadian firms would be interested in displaying products in Japan, please contact

Pacific Division
Pacific, Asia and Africa Bureau (28)
Department of Industry, Trade and Commerce
235 Queen Street
Ottawa K1A 0H5
(Telephone: (613) 996-5381)



WDC00000303016800NT-A
UNIVERSITY OF TORONTO,
LIBRARY,
TORONTO 5, ONT.
TORONTO

ON M5S1A5
001



If undelivered return to:
Dept. Industry, Trade and Commerce
Ottawa, Canada K1A 0H5

Some of the Priority Areas of the ITC Work Program for 1979-1980

The Department of Industry, Trade and Commerce has set in motion several major initiatives to be undertaken in the forthcoming year in order to maintain a high level of service to the business community. A few of the areas which will receive top priority in the work programs of the Department are:

- ITC is preparing, for public release, responses to the recommendations in each of the 23 sector task force reports which were compiled last year.
- The impact of current policy instruments are to be assessed, including those policy changes which have been agreed to as a result of the consultations exercise but have not yet been implemented. Action to be taken is to be detailed and agreement obtained for these initiatives by federal and provincial departments as required, and by industry and labour where appropriate.
- The Department will prepare strategies for the 23 industry sectors to maximize Canadian industrial performance over the next ten years, within the context of a consistent macro-economic, trade and industrial policy framework.
- In order to assist the Canadian business community to maximize its opportunities at home and abroad, and provide informed input into the formulation of policies and programs, the Department must maintain an in depth knowledge of each industry's perspectives, priorities and economics.

This will ensure that Canadian enterprises obtain real benefits from assistance and incentive programs administered by ITC and other Government Departments and Agencies. To this end, and as a follow up to last year's 23 Canadian industry sector task force reports, the Department plans to profile the following industry sectors this year:

Sectors Requiring Profiles and Full Consultative Process

1. Food Distribution
2. International Trading Houses
3. Franchising
4. Tires and Tubes
5. Railway Industry

6. Pleasure Boat Industry
7. Manufactured Wood Products
8. Fine Papers
9. Consulting Engineering Services
10. Management Consulting Services
11. Meat Packing
12. General Merchandise Distribution
13. Drug Distribution
14. Truck Body and Trailer Manufacturing
15. Automotive Parts (Subject to the outcome of recommendations flowing from the Reisman Report)
16. Ferrous Foundries
17. Ferrous Scrap
18. Health Care Products Industry
19. Aerial Survey Industry
20. Architectural Profession
21. Mining Equipment
22. Oil Crushing

Sectors Requiring Working Profiles Only

1. Biscuit Manufacturing
2. Bakery Industry
3. Tobacco
4. Sound Recording Industry
5. Poultry Processing
6. Cheese Industry
7. Confectionery Industry
8. Physical Distribution Network
9. Exterior Panel Products
10. Steel Pipe and Tube
11. Fasteners
12. Forgings
13. Control, Automation and Instrumentation
14. Sporting Goods
15. Jewellery and Silverware
16. Inorganic Chemicals
17. Pesticides
18. Construction Equipment
19. Wineries

Being friendly — the basis of a prosperous tourism industry

On February 22nd, the Minister of Industry, Trade and Commerce launched a national Tourism Awareness Program designed to make us all aware of how vitally important tourism is to our economy, to induce Canadians to be more friendly and helpful to tourists, and encourage the tourism industry and services to offer attractive packages of travel plans so that more Canadians will holiday in Canada.

For instance, here are some interesting facts about tourism in Canada:

- Tourism — the world's fastest growing industry — was estimated to be worth \$11 billion to the Canadian economy in 1978 — about 5 per cent of our gross national product, or \$400 per Canadian.
- Of this \$11 billion, approximately \$8.7 billion came from the spending of Canadians travelling in their own country, while about \$2.3 billion came from the spending of visitors to Canada.
- These expenditures amounted to some \$5.5 billion in total revenues to all levels of government.
- Tourism involved some 80,000 businesses — a few large but the vast majority small — widely dispersed across Canada. They range from the smallest hunting lodge to our national airline — the world's 10th largest.
- Tourism is labour intensive: expenditures directly and indirectly supported more than one million jobs for Canadians — about 9 per cent of the country's total labour force.
- Tourism is capital intensive: annual investment of \$1.7 billion from public and private sources is induced by the gross travel expenditures to meet the needs of facilities and services.
- The "Canadian content" in the Canadian tourism industry's travel product exceeds 90 per cent.
- In 1978, income from all visitors to Canada is estimated at \$2.3 billion, an increase of \$318 million over 1977 (in current dollars).
- Canadian travel expenditures abroad in 1978 are estimated at \$4.1 billion, up \$421 million from the year before.
- This left Canada with a deficit of about \$1.7 billion on travel account in the country's international balance of payments, or an increase of 6.5 per cent over 1977.
- The snowmobile, originally invented in Québec and now the third-fastest growing sport in the United States, attracts ever-increasing numbers of Americans to Canada to enjoy the groomed trails. Last year, receipts from sales, service and resultant tourism from snowmobiling amounted to about \$700 million in Canada.

- In 1978, Canada hosted 2,195 conventions in nine cities — Calgary, Edmonton, Halifax, Montréal, Ottawa, Québec City, Toronto, Vancouver and Winnipeg. Of these meetings, 1,726 were Canadian, 352 American, and 117 international. Total revenue generated was \$251 million.
- The Stratford Festival, which runs from June to October, attracts about 500,000 tourists each year from around the world, or the equivalent of 20 times the population of the entire city of Stratford itself.

Research by the Canadian Government Office of Tourism (CGOT) shows that a significant problem for Canadian tourism is the perception that Canadians are no longer friendly to tourists. Therefore the government is not only trying to get Canadians to be courteous to tourists but it is also trying to make it easier and more pleasant for Canadians to be tourists in their own country — by improving our already excellent tourist attractions and facilities.

Last year, the Canadian Government Office of Tourism got together with industry to develop, for the first time, competitive and attractive package tours in this country. It was called the "*Canada: So Much To Go For*" program — 54 tours covering most of the country. The new program has been expanded in both partners and tours. The partners this year are Air Canada, CP Air, VIA Rail Canada, Pacific Western Airlines, Transair, Hospitalité Tours and Québecair. These companies have put together 80 of the most exciting and affordable travel packages ever seen in Canada.

The packages cover all the provinces and, for the first time, extend into the Northwest and Yukon Territories. They range from back-to-nature holidays to fly-drive packages, boat cruises and train and motorcoach vacations. Special features allow for discounts on rooms, car rentals and other components of the packages.

All partners have expanded availability of the program and seats. For example, CP Air has increased the capacity of its best-selling "*Totem Circle Route*" package of last year by 300 per cent.

VIA Rail, whose package sales increased by over 50 per cent last year, is planning for further increases this year.

Air Canada is allocating more than 25 per cent of all seats on domestic flights in the peak season of June, July and August to Charter Class Canada Fares (CCFs) and 85 per cent more seats on Night Hawk flights.

Air Canada is ready for a 200 or 300 per cent increase in consumer demand for its Share Canada packages this year.

For Canadians who want to jump in the family car for an unstructured holiday, the Office of Tourism, in collaboration with industry, is producing six magazine inserts describing driving holidays that will reach an audience of nearly five million Canadians. The Office of Tourism is producing a book called "*Touring Canada*" — with 56 tours Canadians can take on their own time and terms.

To complement the awareness campaign in Canada, CGOT is launching a \$5.9 million advertising campaign in the United States to tell Americans that Canada is a friendly country with attractive cities and beautiful countryside.

Preliminary statistics show that 31.6 million United States visitors entered Canada in 1978. Visitors from other countries totalled 1.7 million.

Advertising and promotional campaigns are also being conducted abroad to maintain the increase of visitors from overseas countries.

An example of overseas marketing activity is a series of seminars being conducted by CGOT and Japanese travel experts in major Canadian cities to tell Canadian tourist people how to capitalize on the growing number of Japanese visitors to this country. There were 97,500 Japanese visitors to Canada in 1977 with the 1978 figure expected to have increased by 30 per cent.

The Federal Government — through the Department of Regional Economic Expansion — is signing agreements with the provinces to improve the Canadian tourism plant. The agreements cover programs ranging from tourism plans and policy guidelines for areas, training of service personnel, to construction of attractions and providing services, such as sewage and roads, for tourism development.

Agreements, so far signed, total \$194 million — \$50 million in British Columbia; \$20 million in Manitoba; \$76 million in Québec and \$48 million in the Atlantic provinces.

Over the next five to seven years, the expenditures by the two levels of government in this program will reach some \$300 million.

Tourism is important to all of us. . .



The national tourism awareness symbol promoted across Canada — the stylized handshake forming a heart framed by the outline of a maple leaf — is symbolic of friendship from coast to coast.

Package vacations are a great way to see Canada, and this year there are more of them than ever.

Do you want to see the rocky fjords of Newfoundland? VIA Rail offers the 10-day Newfoundland Venturer tour which includes all the sights and incredible scenery of that rugged province, plus a train ride to and from Montréal and a quick look at Nova Scotia, where you catch the ferry to Newfoundland. A rental car, when you arrive, ensures the flexibility to do and see what you want — historic St. John's, rugged Gros Morne National Park and rustic fishing villages. Cost from Montréal is \$400.

How about the sunny wheatfields of Saskatchewan? A unique way to see this province is the Pacific Western/Transair Saskpass tour which allows unlimited bus travel anywhere

in Saskatchewan for seven days (\$49). An alternative is a Saskpass tour where you stay in selected hotels in any of five Saskatchewan cities for \$149 per person, based on double occupancy. Saskatchewan is known for its hospitality, so prepare to meet lots of friendly people.

The soaring mountains and spectacular scenery of British Columbia and western Alberta inspire more tours than almost any other region. Air Canada, CP Air, VIA Rail and Pacific Western/Transair together have at least 20. They usually start and end in Vancouver, Victoria or Calgary and include the Rocky Mountain high spots — Banff, Jasper and other national and provincial parks, the eerie Athabasca Glacier,

beautiful Lake Louise and various hot springs resorts. Most feature bus travel for the main part of the journey with prices ranging from around \$235 to \$800 (based on double occupancy and depending on the season) for nine to 14 days.

The four big entertainment spots in central Canada — Toronto, Ottawa, Montréal and Québec City — are also featured in numerous tours. Air Canada's nine-day City Highlights package is one example.

Your trip starts with two nights at the Royal York Hotel in Toronto where you can visit the Ontario Science Centre, the Royal Ontario Museum, Ontario Place, the huge ultra-modern Eaton Centre and the numerous theatres that make Toronto so entertaining. Then it's on to Ottawa, Canada's capital, by train, for two nights at the beautiful new Inn of the Provinces. You are within walking distance of the Parliament Buildings, Rideau Canal, National Arts Centre and Sparks Street Mall.

From there you fly to Québec City, one of Canada's oldest and most historically significant cities, for a couple of nights at the Hilton. The last part of the trip is two days in Montréal, an exciting place by anyone's standards. Total cost from Toronto is \$315.

Similar tours from VIA Rail and CP Air feature different highlights (Niagara Falls, Chateau Montebello or Sherbrooke) and alternative modes of travel, but most include the same major cities. Check to see which package appeals most to you.

Hospitalité Tours/Québecair concentrate on the province of Québec featuring everything from cozy weekends in Montréal or Québec City to six-day trips through the Gaspé Peninsula or the Laurentians.

Many, such as the Québec City and Laurentian Resorts package, offer the best of both urban and rural sights. The basic tour is two days and nights exploring the excitement of Québec City with two more days of relaxing fun at Manoir du Lac Delage in the Laurentians. (You have the option of adding nights in Québec City.) As with most Hospitalité Tours/Québecair packages, prices depend on which of three categories of hotel you choose. For the very best, prices start at \$124 per person based on double occupancy; for more conventional accommodation, \$104.

Air Canada's North of 60 Tour, CP Air's Yukon Adventure Routes and Pacific Western/Transair's Capital City Tour (which includes Whitehorse and Yellowknife among their capital-city starting points), appeal to more adventurous travellers with unbelievable trips through the incredible scenery of northern Canada. For a touch of the unusual, try golfing under the midnight sun in the Northwest Territories, panning for gold in the Yukon or bussing into Alaska via the Top of the World Highway. Other trips go to northern parts of the provinces for a glimpse of the unique attractions and scenery these areas offer.

Ride the range in British Columbia or see the Yukon; experience the charm of the prairies or the excitement of Canada's western cities. These are just some of the choices Pacific Western/Transair offers in its 1979 vacation packages. All of western and northern Canada are included and at reasonable prices.

For a holiday that is a bit different, there is the 108 Ranch package. It takes you to a working ranch in British Columbia's beautiful Cariboo country where all you do is relax, have fun and enjoy the scenery. During the summer, spring and fall, the package includes eight days and seven nights of golfing, riding, fishing, swimming and tennis for \$155 to \$199 based on double occupancy. The winter package offers five days and six nights of cross-country skiing, skating, curling and tobogganing for \$76 based on double occupancy.

Prices include accommodation, recreational activities at the ranch and transfers to and from the local airport. Meals, and airfare to and from home are extra. Each season at the ranch has its own charm but no matter what time of year you choose, you will find the scenery breathtaking.

Affordable prices are probably the main attraction. Pacific Western/Transair centres its budget prices around Saturdays. As long as your trip involves at least one Saturday night, you receive a discount of up to 35 per cent on air fare, 25 per cent off specified hotels and 25 per cent off mid-size car rental.

An additional bonus is the bargain book of special tickets which allows discounts at specified hotels, restaurants, car rental agencies and attractions. The book also contains a program of the events going on in the areas you are visiting and outlines the special attractions.

Western Canada and the Northern Territories make excellent holiday destinations. If you are planning a trip there this year, contact your travel agent about Pacific Western/Transair vacation packages and take advantage of the reduced rates.

Other packages, such as CP Air's Camper Canada Routes, allow complete freedom to go where and when you want. CP Air flies you to Vancouver, Edmonton, Calgary or Toronto where you pick up a camper or motor home and go wherever you please for eight days. It is ideal for families. Prices start at \$211 including air fare.

Accommodation on package tours can range from luxury hotels and resorts to ranches, apartments and university campuses; and transportation can include train, plane, bus, automobile, boat or all five. No matter what part of Canada you want to see, what mode of travel you prefer or what type of accommodation you like, there is a vacation package that suits your budget.

See the Rockies by train, the North by bus, the Midwest by camper or Canada's most exciting cities by rental car. All these choices and more are offered in CP Air's 22 vacation packages that cover most of the country and cost less than you might think.

The Okanagan Routes tour combines a few days of British charm in Victoria with a delightfully-contrasting bus trip through the soaring British Columbia mountains.

You visit Kamloops, trade centre for a prosperous cattle ranching, fruit-growing and lumbering region; the small community of Three Valley where, if you are lucky, you will see the legendary Shuswap monster during your cruise on beautiful Shuswap Lake; Fairmont Hot Springs; Nelson and Kelowna. All this plus some of the most spectacular scenery in Canada which you enjoy from the comfort of a bus.

You return to Vancouver for two nights where a sightseeing tour is arranged to ensure you see as much of this enchanting city as possible.

There are six departure dates between June 1 and October 5 and prices, based on double sharing, range from \$517 per person from Calgary to \$722 from Halifax. The trip is 11 days.

The VIA Rail Maritime Venturer tour offers variety, fun and relaxation during 13 days of leisurely travel between Montréal, New Brunswick and Nova Scotia. Included in the \$500 cost is car rental for two days each in Halifax, Sydney and Moncton, a ferry trip across the Bay of Fundy (location of the world's highest tides) and a train ride through Nova Scotia's beautiful Annapolis Valley. And if you work it right, you can spend some time exploring the pastoral beauty of Prince Edward Island.

A shorter stay in the Maritimes is available in the New Brunswick/Prince Edward Island Venturer tour. For \$275 from Montréal (\$325 from Toronto), you have a week to experience the same beautiful scenery, warm hospitality and delicious seafood of New Brunswick and the clambakes, homemade bread, deep-sea fishing and sun-kissed beaches of Prince Edward Island.

The trip allows plenty of time to explore in and around Moncton by rental car, before catching the ferry to Prince Edward Island and driving the circular highways that take in some of the best scenery and attractions the island has to offer.

You return to Moncton on the seventh day and catch a train home on the eighth, arriving in Montréal that evening with

salt-air memories still fresh in your mind.

Canada holds so much beauty and grandeur, inviting countryside, vibrant cities — take to the road and see for yourself fellow Canadians.

For more information on Canada as a travel holiday contact the Canadian Government Office of Tourism, 235 Queen Street, Ottawa, Ontario K1A 0H5.

Export Activities by Small and Medium-Sized Enterprises

It is now generally accepted knowledge that exporting will be the key to survival of small and medium-sized Canadian manufacturing enterprises. No longer is it adequate for business entrepreneurs to be concerned solely with manufacturing a product and then thinking about where to sell it in Canada — they must become cognizant of the fact that the world can and should be the market.

Already the Department of Industry, Trade and Commerce has programs to aid small firms which are exporters or potential exporters; for example, the Program for Export Market Development and the Promotional Projects Program. As well, the Export Development Corporation provides loans and loan guarantees for exporters. But still, the small and medium-sized business sector does not always take adequate advantage of these mechanisms to capture foreign market opportunities.

To alert this business sector to this source of increased sales and profitability, the Honourable A.C. Abbott, Minister of State for Small Business and Minister of National Revenue, conducted a series of export development seminars across the country during early 1979. The specific locations included Vancouver, Toronto, Calgary and Halifax. Gatherings were very well attended, with lengthy discussions on marketing, information approaches to potential customers, and problem areas to be avoided. Particular attention was paid to the United States market where recently record levels of sales

have been obtained, many of these sales being made by small and medium-sized firms.

But there remain other important marketing forms to be explored that may yield gratifying results for those firms unable or unwilling to "go at it alone" in the export area. One of these is the "trading house concept" which has been extensively used in Japan and Europe, and is only now attracting increasing attention in the United States. Some attention has been given to the idea in Canada — for example, a seminar was held in January, 1979 on export trading houses and their usefulness to Canadian manufacturers — but such meetings are only a start.

The concept has numerous advantages for the smaller-sized firm and allows the various participants to specialize in that area where they can offer the greatest expertise: the banker arranging the monetary aspects; the small and medium-sized firms manufacturing goods for specific markets; and the trading house looking after the highly specialized trading and marketing functions necessary in the international market.

This and other cooperative forms, such as joint ventures or consortia, to permit a coordinated bid on overseas contracts, can prove invaluable to the smaller firm with inadequate resources, either time, money and personnel, that has a strong product and needs new markets.

Trade Development Mission to Central America and Panama

A mission, consisting of representatives from 14 Canadian companies and associations as well as officials from the Department of Industry, Trade and Commerce, the Export Development Corporation, the Canadian International Development Agency and the Department of External Affairs, visited Panama, Costa Rica, Guatemala, El Salvador and Honduras from January 21 to February 3, 1979 to meet with government officials and businessmen.

The mission's purpose was to show Canada's continuing interest in the development of trade and economic relations with Central America and Panama. While there have been a number of specialized industry missions to and from Central America in the past two years, this was the first high level Canadian Government mission to the area.

The Canadian companies who participated in the mission were seeking to develop commercial opportunities in such areas as agriculture, aircraft and aviation transportation, consulting engineering services, food processing, transportation consulting services, general machinery, sawmill equip-

ment, provision of financial services and telecommunications.

Each of these countries has official development plans calling for large investments in industrial and commercial infrastructure projects, as well as in health, education and welfare.

Over the last few years, Canadian exports to Central America and Panama have grown from \$25 million in 1971 to \$80 million in 1977 and are expected to reach \$90 million in 1978.

The balance of trade has traditionally been in favour of Panama and the Central American countries, with coffee and bananas being the major imports. In 1971 Canada imported \$42 million from this area and in 1977 imports were \$110 million. The imports for 1978 are estimated to be \$120 million.

Since 1976 most Central American countries have had favourable market conditions for their major export commodities and as a consequence are in strong foreign exchange positions.

PIMA — Economic Outlook for 1979

The Prairie Implement Manufacturers Association (P.I.M.A.) held its 9th Annual Convention in Winnipeg, February 14-16, 1979.

This was the first time the Department of Industry, Trade and Commerce participated and, through a display booth and a luncheon speech, members of the P.I.M.A. were told of the financial assistance for industrial development and export marketing that is available for small and medium-sized companies.

Emphasis was placed on the fact that the assistance programs are now available *locally* in Saskatchewan through the Regional Office of the federal ITC in Regina (Geo. Hazen) and in Manitoba from the Regional Office in Winnipeg (Bruce Motta).

At the Convention, outgoing President Bill Kinnear told the membership that the economic outlook was good, that in 1978 exports were \$605 million, up from \$559 million in 1977, and that he felt this growth would continue in 1979.

Technology '79 — Tel Aviv

The 5th Tel Aviv International Trade Fair for industrial machinery, construction equipment and other technological products is scheduled for June 19-26, 1979, and will be held at the Tel Aviv Fairgrounds.

Technology Fairs have been held every other year, since 1971. Originally part of the general Tel Aviv Trade Fair, they were reorganized as a separate biennial event at the beginning of this decade, in response to the growing volume of production equipment purchases by Israel. Undergoing very rapid growth, the Israeli economy is an important customer for all types of capital equipment.

Since admission to TECHNOLOGY '79 is not open to the general public, exhibitors can devote all their time to discussions with potential customers.

In response to changing economic conditions, in Israel and abroad, TECHNOLOGY '79 will stress three special product categories. While some items under these headings were displayed in the past, the emphasis is new.

Tools and Accessories for Workshops. The first of these new product classifications will include all types of equip-

ment for the modestly sized manufacturing firm. Displays at TECHNOLOGY '79 will include manual, electrical and pneumatic hand tools, measuring instruments, small machines, paints, glues, finishing materials, nails, screws, assembly systems and other supplies.

Safety and Security Devices. The second category includes all types of safety and security devices.

Energy Use and Conservation. The third new product category at TECHNOLOGY '79 will address itself to what may well be the most urgent problem of this day and age: *the energy crisis*. In this sphere, exhibits will include control and monitoring apparatus, measuring instruments, energy conservation devices and alternate energy sources, mainly solar energy systems.

A number of exhibitors already have assured themselves of space for TECHNOLOGY '79. Interested parties are advised to apply as soon as possible to The Israel Trade Fairs Center, P.O.B. 21075, Tel Aviv, Israel.

General News

Canadian Automotive Parts Exhibition in Tokyo

A group of 12 Canadian automotive parts manufacturers exhibited their wares at the Canada Trade Centre in the World Import Mart, Tokyo, in February in an effort to encourage Japanese car makers to source in Canada. The exhibit was sponsored by ITC and is one of a series of Canadian trade shows to be held at the Centre this year.

Japan increased its imports of Canadian automotive parts from \$300,000 in 1973 to about \$3 million last year but Canada in 1977 imported more than 140,000 Japanese vehicles worth \$350 million and parts worth \$68 million.

The Automotive Components Remission Order and the more recent expanded automotive components remission scheme provide a significant incentive to Japanese vehicle manufacturers to increase their purchases of Canadian automotive parts. Canadian government officials visited Japan last October to outline the benefits of the expanded remission scheme and it is expected that these discussions will result in Japanese participation in the scheme.

The Tokyo office of ITC mounted a direct mail campaign to attract Japanese vehicle manufacturers, trading houses and wholesale distributors to the Canadian exhibit.

Canada has participated in the Tokyo Motor Show in 1973, 1975 and 1977, and will do so again in November this year.

New Headquarters

The new address of the headquarters of the Canadian Commercial Corporation is as follows:

Canadian Commercial Corporation
17th Floor, Tower "B"
Place de Ville
112 Kent Street
Ottawa, Ontario
K1A 1E9
Phone: (613) 996-0034
Telex: 053-4359

Corporate headquarters will be responsible for all policy aspects of the Corporation and will concentrate on facilitating export trade in the field of major turnkey and multi-item capital projects. Responsibility for the Corporation was transferred in November, 1978 from the Minister of Supply and

Services to the Minister of Industry, Trade and Commerce.

The traditional CCC business — responding to procurement requests of foreign governments and international agencies seeking Canadian goods and services — will continue to be a function of the Export Supply Centre of the Department of Supply and Services. They will act on behalf of CCC according to the terms of a Memorandum of Understanding between that Department and the Corporation.

The address of the Export Supply Centre is as follows:

Canadian Commercial Corporation
Export Supply Centre
Ottawa, Ontario
K1A 0S6
Phone: (613) 997-5714
Telex: 053-3703

The Canadian Commercial Corporation looks forward to continued progress in the encouragement of Canadian exports in close co-operation with private industry, as well as other government departments and agencies.

UN Wheat Conference Concludes Without Agreement

The UN Conference convened to replace the 1971 International Wheat Agreement has adjourned without reaching agreement. It was concluded that differences among wheat exporting and importing countries on levels of prices and reserve stocks and special provisions for developing countries were too broad to overcome at this time. The conference recommended that the International Wheat Council extend the 1971 Wheat Trade and Food Aid Conventions. A report on the present status of the work will be prepared with a view to the resumption of negotiations once the Council is satisfied that a basis exists to do so.

Wheat Board Minister Otto Lang explained that the concept in the proposed agreement was to use stock accumulation when prices are too low and stock release at high prices to provide greater market stability and food security. Within these objectives, Canadian goals were to achieve a price range that would return costs of production to Canadian farmers, spread the burden of stock-carrying beyond North America and provide grain reserves as security against shortage situations. The Canadian price goals were related to

current and anticipated costs while some other participants were mainly concerned with the impact of prices on their internal systems, particularly their balance of payments.

Mr. Lang said, "We were also seeking agreement to a reserve stock of sufficient size to moderate the market within acceptable price levels and to ensure that some wheat was available, held by us all, to avoid extreme shortages."

New Business Information Centres

The Government of Canada opened two Business Information Centres on March 8th and 9th in Halifax and Vancouver.

These are the first two of what will be a national network of business information centres that will span the country this spring.

The Business Information Centres, one in each province, are designed to provide easy access to data on all of the 300-plus federal programs and services that affect business. Each Centre will be staffed with government experts on business affairs — operating from an extensive and continuously-updated information bank — who will be available for phone, mail and direct personal contact with the business community. A nation-wide, toll-free Zenith telephone line (ZENITH 0-3200) will allow business people access to the Centre in their province.

Other Centres will be launched soon in Toronto, Montréal, Regina, St. John's, Edmonton, Charlottetown, Fredericton and Winnipeg.

The Centre in Halifax will be located at 5251 Duke Street, Suite 1122 and will be managed by Norman Ross.

The new Vancouver Business Information Centre will be located in the Industry, Trade and Commerce office in the Bentall Centre, Tower 111, 595 Burrard Street.

The Business Centre located in Ottawa has been in operation for one year. It was opened on March 1st, 1978, and the volume of enquiries handled during the 1978-1979 fiscal year is as follows:

Telephone calls	34,877
Visitors	2,245
Letters	5,340
Facsimile	33
Telexes	38
Publications mailed	31,765
Shop Canadian	355

The Business Centre arranged 504 appointments/meetings with numerous federal government department and agency officials in Ottawa for 285 Canadian and foreign businessmen.

Need an Answer to Your Business Problem? CALL. . .

THE BUSINESS CENTRE
Department of Industry, Trade and Commerce
Level 01 (centre area)
235 Queen Street
Ottawa, Ontario K1A 0H5
Tel: 995-5771 (Area Code 613)
Telex: 053-4123
Long Distance: ZENITH 0-3200

New Canadian Grain Sales

Canada has signed an agreement to sell the People's Republic of China up to 10.4 million tons of wheat worth some \$1 billion during the next three years. This amount exceeds any of the four previous long-term contracts signed since China first became a buyer of Canadian wheat in 1961. Wheat Board Minister Otto Lang told reporters the deal did not mean a great increase in grain sales to China but did guarantee stability which had been lacking in the one-year contracts the two countries have had for the last few years.

Japan will buy 1.3 million tons of wheat and 800,000 tons of barley from Canada under a new one-year grain supply agreement signed by the Japanese food agency and the Canadian Wheat Board.

GM to Expand Canadian Research and Development Facilities

General Motors of Canada has plans underway to substantially expand its Cold Weather Development Centre in Kapuskasing, Ontario.

An additional 135 acres of land has been purchased, adjacent to GM's existing 23-acre property. Some 75 acres of the new purchase will incorporate a 1.85 km driveability road to provide a suitable area to conduct many of the specialized programs required for vehicle evaluation.

Since GM's Cold Weather Development Centre officially opened as a permanent facility in 1973, its availability to the entire General Motors Corporation has resulted in an increased awareness of the many problems encountered by a vehicle in a cold weather environment. Because of this, corporate involvement at the Kapuskasing Centre has increased significantly in both scope and volume in recent years.

GM chose the area because it is a natural cold weather laboratory where its engineers could evaluate vehicles under consistent conditions of extreme cold — often to 40 degrees below zero.

Although not evident to the casual observer, vehicles being tested are generally equipped with experimental components and systems, and many pre-production features destined for future GM cars.

Development activities performed at the Kapuskasing Centre fall into two main categories: overall vehicle evaluation, and evaluation of the function of specific systems and components.

Overall vehicle evaluation is conducted by subjecting a fleet of vehicles to 19,200 km of a "Customer Service" schedule, so named because it is designed to accelerate the type of service to which a vehicle is subjected by an average motorist in severe winter operation. Vehicles travel 320 km per day over a route that includes some of Kapuskasing's road system and a 192 km straight stretch of Highway 11. The route simulates urban, rural and highway driving situations. At specific intervals, items such as doors, windows, trunk lids, mirrors, antennas, etc. are operated a prescribed number of cycles to ensure that all components of the vehicle have been thoroughly evaluated.

The vehicles operate on this schedule for approximately 60 days from mid-November to mid-March during which time Kapuskasing-area weather is not only predictably cold, but also includes regular hefty snowfall, and even occasional thaws, all of which combine to set up some of the worst winter driving conditions. The daily mileage accumulation is not high in terms of typical vehicle testing, but GM engineers have found that vehicle inactivity can be just as significant as

activity in cold weather operation. For example, it is important to have vehicles "Cold Soak" for 14 hours before a pre-dawn cold start and driveaway. Once a week, the Cold Soak is extended to 36 hours to simulate parking the vehicle over a weekend.

About 50 per cent of the Customer Service vehicle drivers are women, and all are from the Kapuskasing area. Director of Engineering Frank Fleck says that these drivers approach the driving task very much the way average motorists do when starting, driving and manoeuvring vehicles in cold weather. Thus, the results obtained are representative of what an average motorist might experience under similar weather conditions.

Appraisal of specific systems and components includes such programs as cold starting, cold driveability, heater and defroster system performance and others. These development programs are conducted by GM engineers and technicians utilizing sophisticated equipment and instrumentation. Additionally, accessories, electrical components, brakes, lubricants, emission equipment, and other items likely to be affected by extreme cold are evaluated on a regular basis.

These specific component and system development programs will benefit most from the existence of the new driveability road. The road will provide more tests per hour in the limited time available than does the public highway and with less interference from regular traffic.

A computer terminal at the Kapuskasing Development Centre feeds data on results directly to GM engineering personnel in Canada and the United States to minimize time delay and improve accuracy.

GM engineers believe the development programs conducted at the Kapuskasing Centre combine controlled test procedures with over-the-road "real world" experience, effectively complementing the programs conducted at the other GM North American Proving Grounds in Milford, Michigan and Mesa, Arizona. The Cold Weather Development Centre helps to ensure that GM vehicles meet customer expectations when operating in the coldest areas of North America. This expansion in the Development Centre's capability will enable it to keep pace with the Corporation's future needs in the area of cold weather vehicle performance evaluation.

Canadair Signs Large Contract

Canadair Ltd. of Montréal has signed a multi-million-dollar contract to build a major fuselage section of the new generation Boeing 767 twin-engine widebodied aircraft that is expected to provide work for the next 15 to 20 years.

The new work program will create a minimum of 400 jobs initially, which could rise to 900 through the life of the program.

The contract with Boeing Commercial Airplane Co. of Seattle was won in the face of strong competition and is the largest single commercial aircraft program that the company has entered into.

The Boeing 767 will use new fuel-efficient technology and will carry about 200 passengers over short to medium ranges. Canadair will build and supply the rear fuselage section of the airplane.

The Canadair plant currently is working on the Challenger business jet for which more than 100 orders have been received. The company is also producing the CL-215 water bomber as well as components for other U.S. aircraft programs.

Water for an Arid Country

Well-managed water resources are vital in a country like Afghanistan, where agriculture accounts for 56 per cent of gross domestic product, yet several parts of the country only receive a meagre amount of rain each year. Fortunately there are smaller regions in the mountains where rainfall may be as high as 1,350 mm annually.

Montreal Engineering is currently engaged in a major study of Afghanistan's Kabul River Valley Basin which contains Afghanistan's largest city and a major part of the country's prime agricultural land. The project will produce a master plan for water resource management and development in the Basin, covering facilities for irrigation, power generation, and municipal water supply.

Feasibility studies will concentrate on two water storage sites. One will be upstream, to the west of Kabul, where water flow, though limited, is the principal source of supply for the city and the irrigated lands in the Basin. Under present conditions, virtually all available water is utilized during the dry season. The second water storage site will likely be located on the Panjshir River, a major tributary draining from the Hindu Kush mountains to the north.

Preliminary work has been done, and the project proper is now well underway, with completion scheduled for late 1979.

Canadian Management Skills Will Strengthen Ecuador's Oil Industry

A Canadian company, Sorès Inc., a member of the SNC Group, has been retained by Corporacion Estatal Petrolera Ecuatoriana (CEPE) of Ecuador to carry out a wide-ranging administrative reorganization of the state-owned oil company. The Canadian group won the contract in competition with British, American and European firms. Working with Sorès on the project are SNC/FW Ltd. and Woods Gordon, three firms with worldwide experience.

The prime aim of the reorganization is to strengthen CEPE's operating management and management systems to meet the demands of the rapidly expanding development of Ecuador's petroleum resources.

One of CEPE's current priorities is a \$200 million pipeline to bring the oil from remote wellheads through the mountains and down to the coast.

Sorès' mandate is a complete reorganization of the company covering structure, finance, accounting, administration, data systems, marketing, production and distribution. Accounting and finance aspects of the assignment will be the responsibility of Woods Gordon. SNC/FW will contribute its wide oil industry experience to production and distribution questions. All other systems in management and organization planning will be designed by Sorès.

The assignment, staffed by senior people from the three Canadian companies participating, is expected to last into 1981.

Triple Glazed Windows Conserve Energy

In the new Nanisivik town centre, on barren Baffin Island within the Arctic Circle, tempered triple insulating windows are helping to conserve energy and prevent condensation in a climate where the extreme temperature is minus 40 degrees Celsius.

Canadian Pittsburgh Industries Twindow insulating glass units were chosen for the composite structure in the northern area which houses municipal and recreational facilities — a joint venture between Nanisivik Mines Limited (Project Manager: Strathcona Mineral Services Limited) and the Government of the Northwest Territories — for their heat retentive, energy-saving values.

Each triple glazed unit is designed to be capable of insulating against heat loss 72 per cent better than windows of single glass panes. Because the inside pane of the window stays relatively warm, condensation and frost have little chance to form. This eliminates water drainage and cold down-drafts.

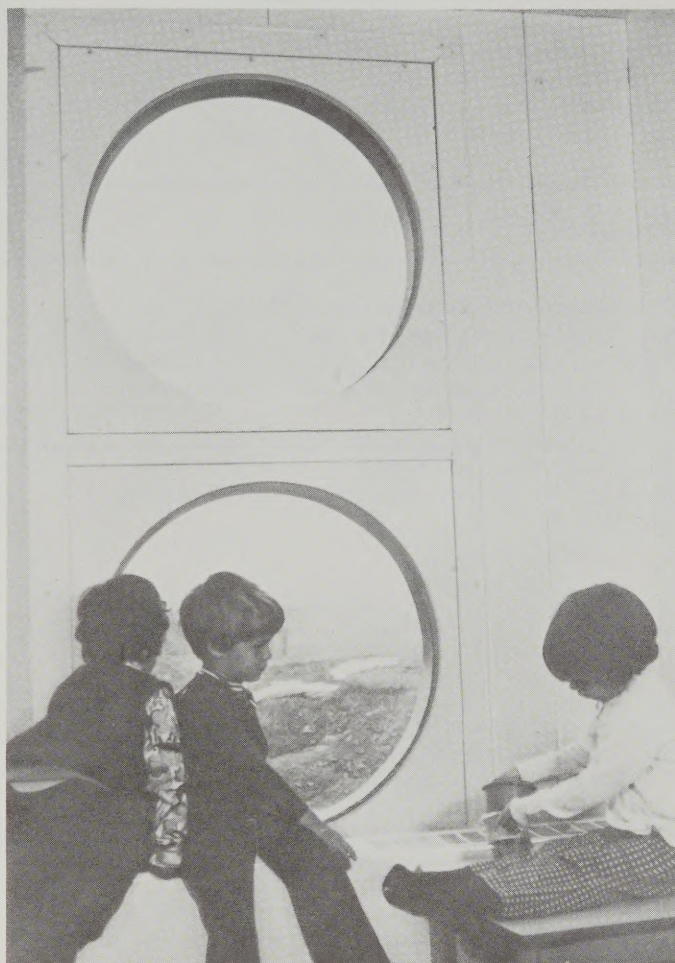
To keep out snow, which in the far north is so fine it will build up through the minutest crevice or crack, the lites will be installed as portholes. The enclosures around the windows make it easier to cope with the hazard of any weak points, such as corners, where the fine grain snow could leak in.

The project was built in two phases. The first contains an RCMP station, fire station, nursing station, maintenance garage, municipal offices and a co-op store. Phase two consists of the recreation centre linked by an enclosed bridge to the original structure and has a gymnasium, changing rooms, sauna baths, swimming pool, exercise room and activity room. A school facility and additional community space were also provided in this phase.

In the first phase prefabricated Robertson Building Systems structure was chosen for speed of construction and the limited navigation time getting in and out of the area (July to September). Installation of the glass lites was simple. The shell was simply punctured and the windows put in, then the enclosures fixed around them.

It was also possible to fly in the lites instead of transporting them by ship. In the two phases of construction 117 windows were enclosed as portholes, although a number of rectangular windows using triple glazing were installed.

Canadian Pittsburgh Industries has plants in London, Ontario; Moose Jaw, Saskatchewan; and Montréal, Québec.



Triple glazed windows for Arctic Civic Centre. These porthole tempered triple insulating windows produced by Canadian Pittsburgh Industries conserve energy and prevent condensation in the Nanisivik town centre on Baffin Island.

Argentina

The Argentine Government is continuing its program of tariff reductions to spur competition. The current program announced by Resolution No. 1634 of December 28, 1978 involves an automatic quarterly reduction of import duties on 8,600 products over the next five years with the final cuts in January 1984. Duties which ranged from 10 to 85 per cent in 1978 will be reduced to 10 to 40 per cent by 1984. Only consumer goods, which make a small portion of imports, will face the higher rates. Raw materials and capital goods, which account for most imports, will be subject to tariffs of only 10 to 25 per cent. This could make many imports competitive with high-cost Argentine production. In a move designed to stimu-

late investment, import duties have been eliminated for the year 1979 on capital goods not produced in Argentina.

Information regarding access conditions applicable on specific items can be obtained from the:

Latin America Division
Western Hemisphere Bureau
Department of Industry, Trade and Commerce
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5
Telephone: (613) 996-5546

Note to Readers

With the new fiscal year, *Canada Commerce* magazine and the *ITC Newsletter* will become bimonthly publications.

The *Newsletter* will herald some of the articles to be contained in *Canada Commerce*, give general information and publish condensed articles; while *Canada Commerce* will

carry full-length articles, reports of departmental activities, etc.

The first issue of the *ITC Newsletter* will be distributed in May, and the following month the *Canada Commerce* issue will be out for distribution.

Bookshelf

The "**Canadian Chemical Register, 1978**", can be purchased at the Canadian Government Printing Centre, Supply and Services Canada, Hull, Québec K1A 0S9. Catalogue number is Id39-1/1978 and price per copy is \$6.00.

This booklet lists names and addresses of companies in Canada manufacturing chemicals, products they make and locations of the producing plants.

**Simplify and save!!!
through the
Canadian Trade Document
Alignment Manual (2nd Edition)**

This manual can save you up to 60 per cent of the cost involved in preparing documents used in foreign trade.

Manuals are available at a cost of \$10.00

COSTPRO

The Canadian Organization for the Simplification of
Trade Procedures

151 Sparks Street

Suite 313

Ottawa, Ontario K1P 5E3

Tel: (613) 995-2814

Please write or phone for more information



**Shop Canadian
Magasinons à la canadienne**

Dans sa résolution no 1634 de décembre 1978, l'Argentine publie la liste des 8600 produits soumis à des réductions trimestrielles de droits de douane qui s'échelonnent sur une période de cinq ans, soit jusqu'en janvier 1984 — les droits de douane de 10% à 85% en 1978 seront réduits graduellement de 10% à 40%. Seuls les biens de consommation, qui ne représentent qu'une légère fraction des importations, seront soumis à un taux plus élevé. Les tarifs applicables aux matières premières et aux biens de production, le plus fort du volume des importations, seront de

Avis aux lecteurs

Veuillez noter qu'à partir du nouvel exercice financier 1979-1980, le *Bulletin de nouvelles MIC* et *Commerce Canada* deviennent des publications bimestrielles.

Le *Bulletin de nouvelles MIC* signalera les articles d'importance à paraître dans Commerce Canada, publiera des articles condensés et des informations d'intérêt général

Vient de paraître

Le Répertoire des produits chimiques

canadiens, 1978 est maintenant en vente, à \$6 l'exemplaire, à l'imprimerie du gouvernement canadien, ministère des Approvisionnement et Services, Hull (Québec) K1A 0S9. No de catalogue Id39-1/1978.

Cette brochure contient les noms et adresses des industries canadiennes de produits chimiques, les produits qu'elles fabriquent et les emplacements des usines.

ECONOMISEZ EN SIMPLIFIEZ-LES Demandez la deuxième édition du MANUEL DU SYSTÈME D'UNIFORMISATION DES DOCUMENTS COMMERCIAUX CANADIENS.

Pour votre demande d'exemplaire (\$10) ou de renseignements veuillez vous adresser à:

COSTPRO

Organisation canadienne pour la simplification des
procédures commerciales

115, rue Sparks
Suite 313
Ottawa (Ontario) K1P 5E3
Tél. (613) 995-2814



L'étude des solutions plausibles se limitera à deux sites de stockage de l'eau: l'un sera situé en amont, soit à l'ouest de Kabul, où le débit de l'eau bien que faible est la principale source d'approvisionnement en eau pour la ville et les terres irriguées du bassin — actuellement, presque toute l'eau est utilisée durant la saison sèche; l'autre, sera probablement

La compétence canadienne au service de l'industrie pétrolière de l'Équateur

La Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana (CEPE) de l'Équateur, une compagnie de l'État, fait appel aux services de la firme canadienne Sorès Inc., membre du groupe SNC, pour la réorganisation de son administration. L'adjudication de ce contrat à une maison canadienne fait suite à un appel d'offres international. Sorès réalisera ce projet avec la collaboration de la SNC/FW Ltd et la Woods Gordon, trois compagnies de renommée mondiale.

Cette réorganisation a pour but de renforcer les systèmes administratifs et de gestion de la CEPE en vue de satisfaire aux besoins créés par l'expansion rapide de l'exploitation des ressources pétrolières de l'Équateur.

Parmi ses priorités les plus urgentes, la CEPE prévoit la construction d'un pipe-line de \$200 millions pour le transport du pétrole depuis les puits situés dans l'arrière-pays jusqu'à la côte.

Sorès a pour mandat la réorganisation complète de la compagnie: structure, finances, comptabilité, administration, traitement des données, marketing, production et distribution. La firme Woods Gordon s'occupera des secteurs de la comptabilité et des finances. Les aspects de la production et de la distribution relèveront de la SNC/FW. Sorès fera appel à toutes ses compétences en matière de gestion et de planification de la réorganisation.

Ce projet, confié aux personnels cadres des trois firmes, se terminera en 1981.

Économies d'énergie — baies à triple vitrage trempé

Au nouveau centre ville de Nanasivik, située dans l'île de Baffin qui se trouve dans la région polaire, les baies à triple vitrage trempé assurent une économie d'énergie.

Le gouvernement des Territoires du Nord-Ouest et les administrations de la Nanasivik Mines Limited (maîtres d'oeuvre: Strathcona Mineral Services Limited) ont opté pour l'installation de baies à triple vitrage trempé de la Pittsburgh Industries Window pour les bâtiments qui logent les services administratifs municipaux et communautaires. Ce genre de baie, d'un design bien particulier, prévient la déperdition de la chaleur jusqu'à 72% de plus qu'une fenêtre à simple vitrage. Comme le vitrage intérieur de la baie conserve toujours un certain degré de chaleur, il ne peut s'embuer ni se givrer, même par un froid de 40°. Celcius, éliminant ainsi les coulis d'eau et les courants d'air descendants.

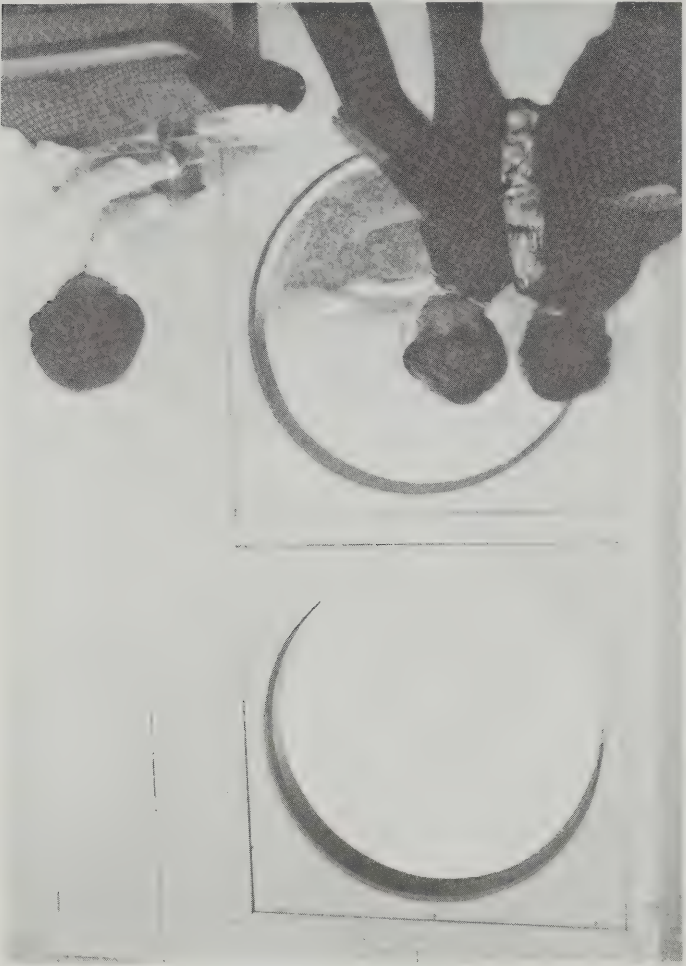
Dans les régions polaires, la neige fine comme de la poudre s'infiltre dans la moindre fissure, mais comme ces baies à triple vitrage trempé sont garnies de châssis étanches n'ayant aucun angle, la poudrerie ne peut s'infiltrer.

Ce projet a été réalisé en deux phases. La première loge les quartiers de la GRC, les services des incendies, la clinique de santé, le garage d'entretien, les bureaux municipaux et la coopérative. La deuxième phase, reliée à la première par un passage couvert, loge le centre récréatif, le gymnase, les vestiaires, les bains sauna, la piscine, la salle d'exercice, la salle commune, l'école et autres services communautaires.

Comme la saison de la navigation dans cette région ne dure que trois mois, soit juillet août et septembre, on a eu recours au système de préfabrication Robertson pour construire la première phase. L'installation des baies et châssis s'est faite très rapidement après avoir pratiqué les ouvertures nécessaires.

Les triples vitrages ont été expédiés par transporteurs aériens — ce qui veut dire 17 unités pour les deux phases plus un certain nombre de fenêtres traditionnelles à triple vitrage.

Les usines PIT de la Canadian Pittsburgh Industries sont situées à London (Ontario), Montréal (Québec) et Moose Jaw (Saskatchewan).



Les baies à triple vitrage du Centre communautaire de Nasivik assurent une économie d'énergie en éliminant le givre, les coulis d'eau et les courants d'air descendants. Elles sont fabriquées par la Canadian Pittsburgh Industries.

Pour un pays comme l'Afghanistan, une bonne gestion des eaux est essentielle car l'agriculture représente 56% du produit domestique brut. Si dans certaines petites régions montagneuses la quantité de pluie annuelle atteint 1,350 mm, par contre dans plusieurs vastes régions du pays elle n'atteint que 75 mm.

La Société d'Ingénierie Montréal procède actuellement à une étude d'envergure du bassin de la vallée de la rivière Kabul, où se trouve la plus grande ville de l'Afghanistan et ses plus riches terres agricoles. Cette étude fournira un plan d'ensemble pour la gestion des eaux du bassin: système d'irrigation, production d'énergie et approvisionnement en eau potable pour la ville.

De l'eau pour un pays aride

Canadair a décroché un contrat pour la construction de la section arrière du fuselage du Boeing 767, un avion de 200 places, à courte et moyenne distances, qui doit sortir à l'été 1982 aux États-Unis.

Cette nouvelle commande assure la création de 400 emplois et ce chiffre pourrait bien monter à 900 emplois au cours de la durée du programme.

Ce contrat avec la Boeing Commercial Airplane Co. of Seattle a fait l'objet d'une concurrence très serrée. Il s'agit

du plus gros sous-contrat jamais octroyé à Canadair pour un avion de ligne.

Canadair construit actuellement sa propre série d'avions PDG « Challenger », un avion de conception révolutionnaire, et le carnet de commandes comprend environ 100 commandes fermes. Canadair produit également le CL-215, un avion citerne, et réalise d'autre sous-contrats pour des firmes américaines.

Canadair décroche un contrat important

Le programme des tests dure 60 jours, soit depuis la mi-novembre jusqu'à la mi-mars, alors que le climat dans la région de Kapuskasing passe du froid rigoureux, aux chutes de neige abondante et parfois au dégel, autant de facteurs qui rendent la circulation très difficile. Le kilométrage quotidien enregistré par les véhicules ne peut se comparer à celui des épreuves conventionnelles; pourtant les ingénieurs de la GM ont constaté qu'un véhicule immobilisé en hiver présente autant de facteurs déterminants qu'un véhicule en mouvement. C'est pourquoi il y a deux tests d'immobilité qu'on appelle « stationnement au froid » qui consiste à laisser l'automobile immobilisée 14 heures à l'extérieur en prévision d'un test de démarrage à l'aube; l'autre s'étend sur une période de 36

heures, ce qui représente la durée moyenne du stationnement au cours d'une fin de semaine.

Près de 50% des préposés aux tests « usage du consommateur » sont des femmes de la région de Kapuskasing. Selon M. Frank Fleck, le directeur du service d'ingénierie, ces chauffeurs manœuvrent leurs véhicules comme la plupart des gens par temps froid. Par conséquent, les effets sont en moyenne les mêmes que ceux que tout automobiliste pourrait connaître dans des circonstances analogues.

Les tests d'évaluation des performances des divers systèmes et éléments comportent le programme de démarrage et de conduite par temps froid, le rendement du système de chauffage et de dégivrage, etc. Les ingénieurs et les techniciens de GM ont à leur disposition une variété d'instruments et d'équipements d'une grande précision pour réaliser les tests du programme de développement. De plus, tous les accessoires, les éléments électriques, les freins, le système de lubrification, la transmission et bien d'autres éléments affectés par le froid sont soumis régulièrement à des vérifications.

Les tests sur la piste d'essais fourniront des résultats encore plus précis pour les programmes en question. La piste permettra d'effectuer plus de tests par heure — compte tenu de la durée de la saison — qu'on ne peut en faire sur l'auto-route en raison de la circulation normale.

La transmission des données se fait à l'aide du terminal de Kapuskasing, ce qui permet à tous les services d'ingénierie de la GM, au Canada et aux États-Unis, d'avoir des renseignements très précis en peu de temps.

De l'avis des ingénieurs, les programmes de développement du Centre de Kapuskasing apportent un complément précieux aux tests sur la chausée normale (real-world) effectués sur les terrains d'essais de la GM, à Milford (Michigan) et à Mesa (Arizona).

Le CWDG assure à la clientèle de la GM des véhicules manoeuvrables même dans les régions les plus glaciales de l'Amérique du Nord. Son expansion permettra de prévoir les besoins futurs de la corporation en matière d'évaluation des véhicules par temps froid.

aux conditions stipulées dans le Mémoire d'entente conclu entre le Ministère et la Corporation. Voici l'adresse du Centre: Corporation commerciale canadienne Centre d'approvisionnement d'exportation Ottawa (Ontario) K1A 0S6 Tél.: (613) 997-5714 Téléc.: 053-3703 La Corporation a bon espoir que la promotion des exportations canadiennes évoluera, grâce à l'étroite collaboration de l'industrie privée et d'autres ministères et organismes gouvernementaux.

La conférence des Nations Unies sur le blé se termine sans parvenir à un accord

La conférence des Nations Unies sur le blé en vue de remplacer l'accord international sur le blé de 1971 a été ajournée sans que l'on parvienne à un accord. Elle a été ajournée lorsqu'on en est venu à la conclusion que les divergences d'opinions entre les pays exportateurs et importateurs de blé sur les niveaux des prix, les stocks de réserves et les dispositions à l'égard des pays en voie de développement étaient insurmontables pour le moment. La conférence a recommandé que le Conseil international du blé prolonge les conventions sur le commerce du blé et l'aide alimentaire. Un rapport sur l'état présent des travaux sera préparé, avec perspectives quant à la reprise des négociations une fois que le Conseil aura jugé que la situation le permet.

M. Lang a expliqué que le concept de l'accord proposé était celui de l'accumulation des réserves lorsque les prix sont trop bas et l'utilisation des stocks lorsque les prix sont élevés, le tout afin de ménager une meilleure stabilité du marché et une sécurité d'approvisionnement. Dans le cadre de tels objectifs, le Canada visait à un éventail de prix permettant aux fermiers de faire leurs frais, à étendre hors de l'Amérique du Nord le fardeau de l'emmagasinement des stocks, et à fournir des réserves en prévision d'une pénurie. Les objectifs canadiens en matière de prix tenaient compte des coûts actuels et prévus, alors que d'autres participants se préoccupaient surtout de l'impact des prix sur leurs propres systèmes, et tout spécialement sur leurs balances des paiements.

M. Lang a dit que le Canada désirait aussi l'obtention d'un accord portant sur des réserves suffisamment importantes pour modérer le marché et le maintenir à des prix acceptables, et assurant à tous les pays concernés des réserves pour faire face aux situations d'extrême pénurie.

Nouveaux centres de renseignements des entreprises

Le Gouvernement du Canada a inauguré, les 8 et 9 mars, à Halifax et à Vancouver, deux unités d'un réseau national de centres de renseignements au service des entreprises. Les centres de renseignements, un par province, visent à faciliter l'accès aux données sur tous les programmes et services fédéraux (plus de 300 en tout) qui s'adressent aux entreprises canadiennes. Chaque centre — relié à une vaste banque de données constamment mise à jour — sera doté d'experts du gouvernement dans le domaine des affaires. Une ligne téléphonique gratuite, à l'étendue du pays, (ZÉ-NITH 0-3200), permettra à toute entreprise de communiquer avec le centre de sa province.

Expansion du Centre canadien de recherche et de développement de la GM — Kapuskasing

La General Motors of Canada planifie actuellement l'expansion de son centre de recherche sur les effets de la température glaciale — Cold Weather Development Centre (CWDC), à Kapuskasing (Ontario). La GM a conclu à cet effet l'achat de

135 acres appartenant à sa propriété actuelle de 23 acres, et elle y aménagera, sur un terrain de 75 acres, une piste d'essais de 1,85 km pour l'évaluation des performances des véhicules.

Ventes de céréales canadiennes
La République Populaire de Chine a conclu un accord avec le Canada pour l'achat au cours des trois prochaines années de 10,4 milliards de tonnes de blé, d'une valeur d'un milliard de dollars. Ce contrat à long terme est le plus important des quatre accords signés avec la Chine depuis 1961. M. Otto Lang, le ministre responsable de la Commission canadienne du blé, a déclaré aux médias que cet accord apportait un élément de stabilité, contrairement aux quatre accords antérieurs d'un an. Le Japon a conclu un nouvel accord d'un an avec le Canada pour l'achat de 1,3 million de tonnes de blé et de 800 000 tonnes d'orge.

Nous avons réponse à tout ou PRESQUE au

CENTRE DES ENTREPRISES Ministère de l'Industrie et du Commerce

235, rue Queen
Niveau 01, aire centrale
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Tél. (613) 995-5771
Téléc 053-4123
Interurbain: ZÉ-NITH 0-3200

D'autres centres ouvriront bientôt à Toronto, Montréal, Régina, St-Jean (Terre-Neuve), Edmonton, Charlottetown, Fredericton et Winnipeg. Le Centre de Halifax est situé au 5251, rue Duke, suite 1112, et il est dirigé par M. Norman Ross. Celui de Vancouver loge dans les locaux du Bureau régional MIC, Bentall Centre, Tour 111, rue Burrard, sous la direction de M. George Jung. Le Centre des entreprises d'Ottawa fonctionne depuis un an. Inauguré le 7 mars 1978, voici un résumé de ses activités au cours de l'exercice financier 1978-1979:

Appels téléphoniques	34 877
Visiteurs	2 245
Lettres	5 340
Fascicules	33
Téléc	38
Publications	31 765
Magasins à la canadienne	355

Ajoutez à ces activités, 504 rendez-vous et réunions représentés par le Centre des entreprises avec divers représentants des ministères et agences de la capitale fédérale à l'intention de 285 hommes d'affaires canadiens et étrangers.

L'assemblée annuelle de la Prairie Implement Manufacturers Association (PIMA) a eu lieu du 14 au 16 février dernier. Le ministre fédéral de l'Industrie et du Commerce, qui participait pour la première fois à cette réunion, y tenait un stand d'information. Au cours d'un déjeuner, le représentant du Ministère a donné une causerie sur les programmes d'aide financière disponible aux petites et moyennes entreprises pour le développement industriel et le marketing à l'exportation.

Il a souligné le fait que les bureaux régionaux du ministère fédéral de l'Industrie et du Commerce, dont l'un à Regina et l'autre à Winnipeg, administreraient ces programmes d'aide financière. Le président sortant de charge, M. Bill Kinneer, a déclaré aux membres de la PIMA que les perspectives économiques étaient bonnes compte tenu des exportations en 1978 qui se chiffraient à \$605 millions comparativement à \$559 millions en 1977, et qu'il prévoyait des recettes encore plus importantes en 1979.

TECHNOLOGIE 79 — Tel Aviv

La cinquième Foire internationale de Tel Aviv de la machinerie industrielle, du matériel de construction et des produits technologiques aura lieu du 19 au 26 juin 1979 au Centre des expositions de Tel Aviv.

Cette foire technologique faisait autrefois partie de la Foire industrielle de Tel Aviv, mais depuis 1971 on en a fait un événement biennal indépendant à cause du volume considérable des achats d'équipements de productions d'Israël. L'économie de ce pays et son expansion en font un client important pour tous les biens de production.

Un public restreint est admis à cette foire de sorte que les exposants consacrent tout leur temps aux clients éventuels. Tenant compte des changements de la situation économique en Israël et dans les autres pays, TECHNOLOGIE 79 mettra l'accent sur trois catégories de produits et, bien que certains des produits soient déjà connus, une nouvelle présentation les mettra en relief.

Outils et accessoires pour usines. Les nouveautés en montre comprendront toute une gamme d'équipements pour

Des fabricants canadiens de pièces d'automobile

Exposé à Tokyo

Un groupe de 12 fabricants canadiens de pièces d'automobile ont exposé leurs produits au Centre canadien du commerce du *World Import Mart* à Tokyo en février dernier, en vue d'encourager les fabricants japonais de voitures à s'approvisionner au Canada. Cette initiative du ministère de l'Industrie et du Commerce fait partie d'une série de salons commerciaux prévue pour l'année 1979-1980.

Le Japon a accru ses importations de pièces d'automobile canadiennes; en 1973, elles se chiffraient à près de \$300 000, alors que l'an dernier elles atteignaient \$3 millions. Par ailleurs, le Canada a importé en 1977 plus de 140 000 voitures japonaises d'une valeur de \$350 millions et des pièces pour une valeur de \$68 millions.

Le décret de remises des droits de douane sur les pièces d'automobile et les récentes modifications apportées incitent fortement les fabricants japonais d'automobiles à accroître leurs achats de pièces au Canada. Des représentants du gouvernement canadien se sont rendus au Japon en octobre dernier pour souligner les avantages de ces modifications et l'on s'attend qu'à la suite de ces discussions les Japonais profiteront de la nouvelle situation.

Le Bureau du ministère à Tokyo a lancé une campagne de publipostage pour attirer les fabricants de voitures, les établissements d'exportation et les grossistes japonais aux stands canadiens.

Nouveau siège social

Voici la nouvelle adresse du siège social de la CCC:

Le Canada a participé au Salon de l'automobile de Tokyo en 1973, en 1975 et en 1977, et participera au Salon en novembre prochain.

Nouveau siège social

Corporation commerciale canadienne

17^e étage, tour B
Place de Ville
112, rue Kent
Ottawa (Ontario) K1A 1E9
Tél. (613) 996-0034
Télex: 053-4359

Le siège social de la Corporation se chargera de toutes les questions de politique de la Corporation et concentrera ses efforts sur le commerce à l'exportation des projets clés en mains et les nombreux projets importants d'acquisition. La responsabilité de la Corporation est passée, en novembre dernier, du ministère des Approvisionnement et Services au ministre de l'Industrie et du Commerce.

Par contre, l'activité traditionnelle de la CCC — demandes d'approvisionnement des gouvernements étrangers et des organismes internationaux concernant des biens et des services canadiens — relèvera du Centre d'approvisionnement d'exportation du ministère des Approvisionnement et Services. Le Centre agira au nom de la CCC, conformément

vous avez droit à une voiture pour deux jours à Halifax, Sydney et Moncton, à la traversée de la baie de Fundy (lieu des plus hautes marées du monde) et à la visite en train de la pittoresque vallée de l'Annapolis. Si vous planifiez bien votre voyage, vous pourrez même goûter le charme bucolique de l'Île-du-Prince-Édouard et l'ambiance chaleureuse de cette magnifique petite province.

Le Canada si beau, si grand invite au voyage . . . allez tendre la main de l'amitié à vos compatriotes des autres provinces. Renseignements généraux sur les vacances canadiennes: Office du tourisme du Canada 235, rue Queen 4e étage est Ottawa (Ontario) K1A 0H5

Les exportations pour les petites et moyennes entreprises

Chacun reconnaît que l'exportation est le seul moyen de survie des petites et moyennes entreprises canadiennes. Il est révolu le temps où les industriels fabriquaient des produits uniquement pour le marché domestique — il leur faut admettre que le commerce a pris des proportions mondiales. Le Ministère a mis en oeuvre des programmes d'aide aux petites entreprises qui s'occupent d'exportation ou qui envisagent de le faire. Mentionnons entre autres le Programme de développement des marchés d'exportation et le Programme de promotion des projets, plus la Société pour l'expansion des exportations qui consent des prêts et des assurances-prêts aux exportateurs. Malgré tout, le secteur de la petite et moyenne entreprise prend fort peu avantage des mécanismes mis en place pour lui permettre de saisir les occasions qu'offrent les marchés étrangers. Voulant mettre ce secteur au fait des possibilités d'augmenter leurs ventes et d'assurer leur rentabilité, M. A.C. Abbott, ministre d'Etat de la Petite Entreprises et ministre du Revenu national, a dirigé, en janvier 1979, notamment à Vancouver, Toronto, Calgary et Halifax, une série de colloques sur l'expansion des exportations. Les sujets à l'ordre du jour de ces réunions étaient le marketing, les méthodes de diffusion de l'information aux clients éventuels et comment éviter les secteurs qui présentent des difficultés. On a porté une attention toute particulière au marché américain où le niveau des ventes canadiennes a atteint

Mission de développement commerciale en Amérique Centrale et à Panama

Cette mission, qui se composait de 14 représentants de compagnies et d'associations canadiennes ainsi que de cadres supérieurs du ministère de l'Industrie et du Commerce, de la Société pour l'expansion des exportations, de l'Agence de développement et du ministère des Affaires extérieures, a visité Panama, Costa Rica, Guatemala, El Salvador et Honduras du 21 janvier au 3 février 1979 pour s'entretenir avec les hauts fonctionnaires et les hommes d'affaires de ces pays. La mission témoignait de l'intérêt soutenu du Canada pour le développement des relations industrielles et économiques avec les pays de l'Amérique Centrale et Panama. Mis à part les missions industrielles antérieures de part et d'autre au cours des deux dernières années, cette mission officielle du gouvernement canadien est sans précédent. Les représentants des compagnies canadiennes allaient à la recherche de débouchés dans les secteurs de l'agriculture, du transport aérien et des avions, du traitement des aliments, des services d'ingénieurs-conseils, de la machinerie en

général, du matériel de scierie, de financement à long terme et des télécommunications. Chacun de ces pays a son propre programme de développement qui prévoit des investissements considérables pour les projets d'infrastructure commerciale et industrielle de santé, d'éducation et de bien-être. Centrale et Panama sont passées de \$25 millions en 1971 à \$80 millions en 1977 et elles atteindront sans doute \$90 millions en 1978. Les importations canadiennes composées essentiellement de café et de bananes ont traditionnellement favorisé le Panama. Elles s'élevaient à \$42 millions en 1971, à \$110 millions en 1977 et on estime à \$120 millions celles de 1978. Presque tous les pays de l'Amérique Centrale ont connu des conditions de marché favorables depuis 1976 pour leurs principaux produits d'exportation, ce qui leur a rapporté d'importantes réserves de devises étrangères.

récemment un record, dû en partie aux efforts des petites et moyennes entreprises. Il reste d'autres champs d'exportations aux possibilités intéressantes à explorer pour les entreprises qui ne sont pas de taille ou qui n'osent pas s'aventurer seules dans le domaine de l'exportation. Citons, à titre d'exemple, le concept des *missions d'exportation* qui est très répandu en Europe et au Japon, qui soulève beaucoup d'intérêt actuellement aux Etats-Unis et une certaine attention au Canada. Il a fait l'objet d'un colloque, en janvier dernier, qui traitait de leur utilité pour les manufacturiers canadiens. Ces maisons offrent de nombreux avantages aux petites et moyennes industries parce que chacune des entreprises associées s'occupe de son domaine particulier: les banques, d'aspects financiers, les petites et moyennes entreprises, de leurs produits pour des marchés précis; et les maisons d'exportation, du marketing et du commerce très spécialisé du marché international. Cette forme de coopération, tout comme les entreprises en participation et les consortiums, permet une préparation soignée des soumissions aux appels d'offres des pays étrangers et offre des avantages certains aux entreprises qui recherchent de nouveaux débouchés pour un produit éprouvé mais qui ont des ressources restreintes en temps, en argent et en personnel.

ou l'animation des villages de l'Ouest canadien. Voilà seulement quelques-uns des voyages à forfait que vous propose Pacific Western/Transair dans son programme 1979, programme qui couvre l'Ouest et le Nord du Canada à des prix raisonnables. Pour des vacances hors de l'ordinaire, on a prévu le forfait du « *Ranch du Mille 108* ». Ce circuit comprend les monts Caribou en Colombie-Britannique, où vous pouvez vous détendre et vous amuser dans un décor de verdure et de montagnes. L'été, le printemps et l'automne, ce voyage comprend huit jours et sept nuits et prévoit comme activités le golf, l'équitation, la pêche, la natation et le tennis. Le prix va de \$155 à \$199 par personne en chambre double. Le voyage d'hiver est de cinq jours et six nuits, et prévoit le ski de fond, le patin, le curling et le toboggan. Le prix est de \$76 par personne en chambre double. Les prix comprennent le logement, les activités récréatives au ranch et les frais de transport de l'aéroport au ranch et en sens inverse. Les repas ainsi que le billet d'avion aller-retour sont en supplément. Les provinces de l'Ouest canadien et les Territoires du Nord-Ouest sont de merveilleux endroits de vacances. Si vous prévoyez vous y rendre cette année, communiquez avec votre agent de voyage au sujet des forfaits Pacific Western/Transair et profitez des réductions de prix.

D'autres forfaits comme le « *Trajet des campeurs* » de CP Air vous offrent une liberté dans vos déplacements. CP Air vous transporte à Vancouver, Edmonton, Calgary ou Toronto où une caravane vous attend (idéal pour les vacances familiales). Vous tracez votre itinéraire au gré de votre fantaisie et vous voyagez pendant huit jours. Les prix, \$21 et plus, billet d'avion compris. Les formules de forfaits sont multiples et comportent un choix intéressant d'hébergement: hôtels, centres de villégiature, luxueux ranchs, appartements et campus universitaires. Quant aux moyens de transport, il y a le train, l'avion, l'autocar, l'automobile, le bateau ou les cinq combinés. Où que vous alliez, quel que soit le mode de transport que vous choisissiez ou le type d'hébergement que vous préférez, il y a toujours un forfait touristique à votre convenance.

Traverser les Rocheuses en train, visiter le Nord en autocar, l'Ouest en caravane ou les grandes villes canadiennes dans une voiture de location . . . etc, voilà ce qu'offre CP Air en 22 forfaits canadiens à prix étonnamment modiques. Le trajet de l'Okanagan allie agréablement un séjour de quelques jours à Victoria, dont le charme vous séduira, à un voyage aux contrastes impressionnants en autocar dans les Rocheuses. Vous visitez d'abord Kamloops, le chef-lieu commercial d'une riche région où se fait sur une grande échelle l'élevage du bétail, la culture des fruits et l'exploitation forestière, ensuite la Vallée des Trois où vous aurez peut-être la « bonne fortune » d'apercevoir un légendaire monstre *Shuswap* au cours d'une croisière sur le lac du même nom. Les autres étapes au programme sont Fairmont Hot Springs, Nelson et Kelowna. Vous voyez défiler les plus spectaculaires tout le long du trajet dans le confort d'un autocar moderne. Au retour vous passez deux nuits à Vancouver, où vous irez à la découverte de cette ville avec un guide qui vous dirigera dans ses quartiers fascinants. Il y a six dates de départ, entre le 1er juin et le 5 octobre, et les prix, calculés en fonction d'une occupation double, varient de \$517 par personne pour un départ de Calgary à \$722 pour un départ de Halifax. Ce voyage dure 11 jours. Il y a aussi plusieurs circuits pour le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard. Chacune des trois provinces a son charme distinctif, et elles ont un trait commun: leur gracieuse hospitalité.

Le circuit « *Aventure dans les Maritimes* » de Via Rail pour n'en mentionner qu'un, vous amène pendant 13 jours au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse où vous trouverez détente et divertissements. Pour \$500 (départ de Montréal)

personne en chambre double, dans les cinq villes de cette province comprises dans ce programme. La Saskatchewan est reconnue pour son hospitalité et ses habitants sympathiques.

Les montagnes majestueuses et les panoramas spectaculaires de la Colombie-Britannique et de l'Ouest de l'Alberta ont inspiré des trajets du tonnerre aux organisateurs de voyages touristiques. Air Canada, CP Air, Via Rail et Pacific Western/Transair en comptent une vingtaine. Le point de départ et d'arrivée est Vancouver, Victoria ou Calgary et le circuit comprend les points les plus intéressants des Rocheuses: Banff, Jasper et autres parcs nationaux et provinciaux, le glacier Athabasca, le lac Louise et les stations thermales. La plupart du trajet se fait en autocar, la tournée dure de 9 à 14 jours, et les tarifs varient entre \$235 et \$800 (en chambre double et suivant la saison).

Les quatre grands centres de divertissement des provinces centrales, Québec, Montréal, Ottawa et Toronto figurent souvent aux programmes des circuits touristiques. Le forfait d'Air Canada « *Vacances quatre étoiles* », étale sur neuf jours, commence à Toronto où vous logez à l'hôtel Royal York les deux premières nuits. Cette ville ne manque pas d'attractions: l'Ontario Science Centre, le Royal Ontario Museum, la Place de l'Ontario et le vaste centre ultra-moderne Eaton, sans compter les nombreux théâtres qui font la renommée de la ville. Vous vous rendez ensuite à Ottawa en train, où vous logez deux nuits au Inn of the Provinces, à deux pas de la colline parlementaire, du canal Rideau, du Centre national des arts et du mall de la rue Sparks. Puis vous vous envoliez vers la belle ville de Québec, l'une des plus anciennes villes du Canada, et certainement la plus historique, et vous logez au Hilton pour deux nuits. La dernière étape, et le clou du voyage, se passe à Montréal, la joyeuse métropole. Le coût total au départ de Toronto est de \$135.

Via Rail et CP Air offrent des forfaits semblables avec des centres d'attraction différents: les chutes du Niagara, le châteaueau Montebello ou la ville de Sherbrooke, et d'autres modes de transport, mais ils prévoient généralement une visite des mêmes grandes villes. Jetez un coup d'oeil au programme pour découvrir celui des forfaits qui vous intéresse le plus.

Hospitalité Tours/Québecair concentre ses activités sur la province de Québec et met à votre disposition une gamme de forfaits allant des fins de semaine de loisir à Montréal ou à Québec aux tournées de six jours en Gaspésie ou dans les Laurentides. De nombreux forfaits offrent des circuits urbains et ruraux fort intéressants, comme celui de « *Québec-Laurentides* ». Après deux jours et deux nuits à Québec, le circuit mène au Manoir du lac Delage dans les Laurentides pour deux jours de détente (avec option de nuits supplémentaires à Québec). Comme pour la plupart des forfaits *Hospitalité Tours/Québecair*, le tarif dépend de celle des trois catégories d'hôtel que vous choisissez. La meilleure catégorie coûte \$124 et plus par personne en chambre double et \$104 pour la classe touriste.

Les forfaits « *À la conquête du Nord* » d'Air Canada, « *Trajet du Yukon* » de CP Air et « *Circuit des grandes capitales du Nord* » de Pacific Western/Transair (avec Whitehorse et Yellowknife comme points de départ) plairont aux esprits aventureux par leurs circuits inédits au cœur des paysages exceptionnels des contrées septentrionales du Canada. Jouez au golf sous le soleil de minuit dans les Territoires du Nord-Ouest, devenez chercheurs de pépites au Yukon ou prenez l'autocar pour l'Alaska et voyagez sur la route du sommet du monde (Top of the World). D'autres circuits mettent le Grand Nord à votre portée afin que vous puissiez découvrir ses attraits uniques et la beauté de ses paysages. Parcourez à cheval les vastes espaces de la Colombie-Britannique ou visitez le Yukon. Goûtez le calme des Prairies

libre de faire la tournée historique de Saint-Jean, de vous ballader dans la nature sauvage du Parc national Gros Morne ou de rouler de village en village de pêcheurs. Le coût au départ de Montréal est de \$400.

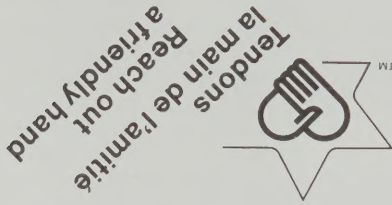
Et les champs de blé de la Saskatchewan? La Pacific Western/Transair Saskpass vous permet de vous déplacer en autocar à volonté à l'intérieur de la province pendant sept jours (\$49). Vous pouvez également bénéficier du forfait Saskpass et loger dans des hôtels de choix, pour \$149 par

Les forfaits touristiques, plus nombreux que jamais cette année, sont une façon merveilleuse de partir à la découverte du Canada.

Les fjords rocheux de Terre-Neuve vous intéressent? Via Rail vous propose le *Trajet de Terre-Neuve*: 10 jours merveilleux durant lesquels vous pourrez admirer des paysages splendides. Le train vous conduit de Montréal à la Nouvelle-Écosse où un traversier vous mènera à Terre-Neuve. Une voiture de louage vous attend à l'arrivée et vous partez.

Trajets canadiens d'un océan à l'autre

L'emblème stylisé de la promotion du tourisme au Canada — la poignée de main à l'intérieur d'une feuille d'érable — symbolise l'amitié d'un océan à l'autre.



Le tourisme nous concerne tous . . .

Comme complètement à la campagne de sensibilisation au Canada, l'OTC inaugure une vaste campagne de publicité aux États-Unis au coût de \$5,9 millions. Cette promotion vise à rappeler aux Américains que le Canada est un pays ami aux merveilleux paysages, aux villes attrayantes et à la population accueillante.

Les statistiques préliminaires indiquent que 31,6 millions d'américains ont visité le Canada en 1978, et que le nombre de visiteurs en provenance des pays étrangers a atteint 1,7 million. Une promotion se fait à l'étranger afin d'attirer un plus grand nombre de visiteurs au pays.

Des campagnes publicitaires et de promotion sont également menées à l'étranger afin que le nombre de visiteurs augmente sans cesse.

La série de colloques menée par l'OTC et des experts du tourisme japonais dans les principales villes canadiennes, en vue d'apprendre aux membres de l'industrie canadienne du tourisme comment tirer parti du nombre croissant de visiteurs nippons au pays, constitue un exemple des activités du tourisme comme l'OTC, en collaboration avec l'industrie, a mis au point pour la première fois 54 voyages à forfait dans tout le Canada. Le nouveau programme de « Faites le tour » compte cette année plus de partenaires et offre 80 voyages à forfait. Les partenaires sont Air Canada, CP Air, VIA Rail Canada, Pacific Western Airlines/Transair et Hospitalité Tours/Québec.

Ces voyages englobent toutes les provinces et, pour la première fois, le programme comprend des voyages dans les Territoires du Nord-Ouest et du Yukon. Ils varient entre des retours à la nature, des vacances sur les ranchs pour touristes, le camping en caravane, les forfaits avion-auto, les croisières et les vacances en train et en autocar. Ces forfaits offrent des rabais sur le prix des chambres, sur les locations de voitures et autres.

Tous les partenaires ont fait en sorte que le programme soit accessible et ont augmenté le nombre de places. Ainsi, CP Air a augmenté de 300% la capacité du voyage « Le trajet au pays des totems », celui qui a remporté le plus de succès l'an dernier.

VIA Rail, dont les ventes de voyages à forfait ont augmenté de plus de 50% en 1978, prévoit des ventes encore plus importantes en 1979.

Air Canada réserve dans le cadre de ce programme plus de 25% de ses sièges sur les vols nationaux réguliers durant la saison de pointe, soit en juin, juillet et août, aux tarifs nolisés et 85% des sièges sur les vols de nuit.

Air Canada s'attend à ce que la demande pour ses voyages à forfait « Canada illimité » augmente de 200% à 300% cette année.

À l'intention des Canadiens qui aiment prendre le volant et partir en vacances au gré de leur humeur, l'OTC et l'industrie feront paraître six encarts dans des périodiques à fort tirage donnant des descriptions de vacances en automobile — près de cinq millions d'habitants canadiens en prendront connaissance. L'OTC prépare une publication intitulée « En parcourant le Canada » qui décrit 56 circuits touristiques que les Canadiens peuvent parcourir à leur convenance.

Le nombre des congrès qui ont eu lieu en 1978, dans les villes de Calgary, Edmonton, Halifax, Montréal, Ottawa, Québec, Toronto, Vancouver et Winnipeg, s'élevait à 2195: 1726 canadiens, 352 américains et 17 internationaux. Le total des recettes s'élève à \$251 millions.

Le Festival de Stratford attire en moyenne chaque année 500 000 touristes, depuis juin jusqu'en octobre. Cette population flottante est 20 fois plus importante que la population réelle de la ville.

Une étude de l'Office de tourisme du Canada (OTC) révèle qu'un des problèmes importants de l'industrie canadienne du tourisme est l'image que les Canadiens projettent: des gens dépourvus de sentiments amicaux envers les touristes. Voilà pourquoi le gouvernement, en plus d'inciter les canadiens à se montrer courtois vis-à-vis des touristes, s'efforce de rendre les voyages au pays plus agréables et plus abordables en améliorant les commodités touristiques et en mettant en valeur les attractions naturelles et autres sites intéressants.

L'an dernier l'OTC, en collaboration avec l'industrie, a mis au point pour la première fois 54 voyages à forfait dans tout le Canada. Le nouveau programme de « Faites le tour » compte cette année plus de partenaires et offre 80 voyages à forfait. Les partenaires sont Air Canada, CP Air, VIA Rail Canada, Pacific Western Airlines/Transair et Hospitalité Tours/Québec.

Ces voyages englobent toutes les provinces et, pour la première fois, le programme comprend des voyages dans les Territoires du Nord-Ouest et du Yukon. Ils varient entre des retours à la nature, des vacances sur les ranchs pour touristes, le camping en caravane, les forfaits avion-auto, les croisières et les vacances en train et en autocar. Ces forfaits offrent des rabais sur le prix des chambres, sur les locations de voitures et autres.

Tous les partenaires ont fait en sorte que le programme soit accessible et ont augmenté le nombre de places. Ainsi, CP Air a augmenté de 300% la capacité du voyage « Le trajet au pays des totems », celui qui a remporté le plus de succès l'an dernier.

VIA Rail, dont les ventes de voyages à forfait ont augmenté de plus de 50% en 1978, prévoit des ventes encore plus importantes en 1979.

Air Canada réserve dans le cadre de ce programme plus de 25% de ses sièges sur les vols nationaux réguliers durant la saison de pointe, soit en juin, juillet et août, aux tarifs nolisés et 85% des sièges sur les vols de nuit.

Air Canada s'attend à ce que la demande pour ses voyages à forfait « Canada illimité » augmente de 200% à 300% cette année.

À l'intention des Canadiens qui aiment prendre le volant et partir en vacances au gré de leur humeur, l'OTC et l'industrie feront paraître six encarts dans des périodiques à fort tirage donnant des descriptions de vacances en automobile — près de cinq millions d'habitants canadiens en prendront connaissance. L'OTC prépare une publication intitulée « En parcourant le Canada » qui décrit 56 circuits touristiques que les Canadiens peuvent parcourir à leur convenance.

Le ministère fédéral de l'Industrie et du Commerce (MIC) a établi les principales initiatives qu'il entend mettre en oeuvre durant le prochain exercice financier afin d'offrir les meilleurs services possibles au secteur privé.

Voici quelques unes des initiatives prioritaires au programme:

- Préparer les réponses aux recommandations de chacun des 23 rapports des groupes consultatifs des secteurs, aux fins de publication

- Évaluer l'impact des politiques actuelles, y compris les changements convenus par suite des consultations mais encore en attente; étayer les mesures à prendre; faire approuver, au besoin, ces initiatives par les ministères fédéraux et provinciaux, ainsi que par le patronat et les syndicats

- Préparer des stratégies sectorielles pour les 23 secteurs industriels en vue de tirer le rendement maximal de l'industrie canadienne au cours de la prochaine décennie, dans le contexte d'une politique-cadre industrielle, commerciale et macroéconomique bien agencée

- Aider les secteurs canadiens de l'Industrie et des services à accroître leurs possibilités au maximum à l'échelle nationale et internationale, et fournir les données pertinentes lors de la formulation des politiques et des programmes. À cette fin, le Ministère doit posséder une connaissance approfondie et renouvelée des perspectives, des priorités et de l'économie propres à chaque industrie. Ces initiatives ont été prises en vue de s'assurer que les entreprises canadiennes tirent le maximum d'avantages des programmes d'aide et d'encouragement gouvernementaux. Dans ce but, et pour faire suite aux 23 rapports sectoriels canadiens des groupes consultatifs des secteurs préparés l'année dernière, le Ministère a inscrit à son programme l'élaboration des profils de secteurs énumérés ci-après:

Voici les secteurs qui exigent un processus de pleine consultation et l'élaboration de profils:

1. Distribution alimentaire
2. Maisons de commerce internationales
3. Concessions
4. Pneus et tubes

L'affabilité — l'élément de base d'une industrie du tourisme prospère

Le 22 février, le ministère fédéral de l'Industrie et du Commerce lançait le Programme de sensibilisation au tourisme, une industrie importante dans notre économie nationale. Ce programme vise tous les Canadiens: il les incite à faire preuve d'affabilité envers les touristes; et il encourage l'industrie du tourisme et les services auxiliaires à offrir des voyages à forfait plus attrayants en vue d'attirer la clientèle canadienne.

Voici certains faits au sujet de l'industrie du tourisme qui méritent d'être signalés:

- L'apport du tourisme à l'économie canadienne en 1978 est évalué à \$11 milliards, soit environ 5% du PNB
- Les Canadiens ont dépensé \$8,7 milliards en voyages au pays et les visiteurs étrangers, \$2,3 milliards
- Les dépenses touristiques ont rapporté \$5,5 milliards à tous les paliers de l'administration publique
- Le secteur regroupe 80 000 entreprises dispersées sur tout le territoire canadien — en majorité des petites entreprises, et quelques grosses compagnies
- Le tourisme génère plus d'un million d'emplois, soit environ 9% de la population active canadienne

5. Industrie ferroviaire
6. Industrie des bateaux de plaisance
7. Produits forestiers manufacturés
8. Papiers fins
9. Services d'ingénieurs-conseils
10. Services de consultations en gestion
11. Salaisons
12. Distribution générale des marchandises
13. Distribution des produits pharmaceutiques
14. Fabrication de carrosseries de camion et de remorque
15. Pièces d'automobile (sous réserve des recommandations du rapport Reisman)
16. Fonderies de métaux ferreux
17. Ferraille
18. Industrie des produits sanitaires
19. Industrie des relevés aériens
20. Architecture
21. Équipement minier
22. Broyage des oléagineux

Secteurs devant faire uniquement l'objet de profils de travail

1. Biscuiteries
2. Boulangeries
3. Tabac
4. Industrie de l'enregistrement
5. Transformation de la volaille
6. Industrie des fromages
7. Industrie de la confiserie
8. Réseaux de distribution
9. Panneaux extérieurs
10. Tuyaux et tubes d'acier
11. Attaches
12. Pièces forgées
13. Appareils de commande, automatisation et instruments
14. Articles de sport
15. Bijoux et argenterie
16. Produits chimiques inorganiques
17. Pesticides
18. Équipement de construction
19. Industrie du vin

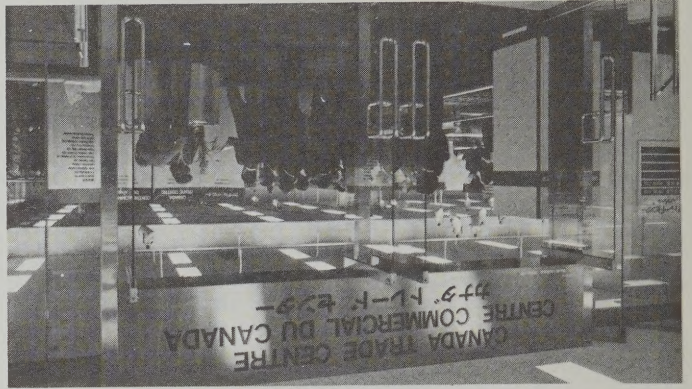
- L'industrie du tourisme est une source de capitaux; elle suscite des besoins en installations et services qui justifient le gros des dépenses touristiques et représentent la part des secteurs privé et public
- L'apport canadien dans l'industrie du tourisme du pays au chef des voyages dépasse 90%
- En 1978, le Canada a totalisé des recettes de \$4,3 milliards des voyageurs étrangers, \$318 millions de plus qu'en 1977 (dollar en cours)
- Les dépenses des voyageurs canadiens à l'étranger ont atteint \$4,1 milliards, soit \$421 millions de plus qu'en 1977
- La balance des paiements du Canada au chapitre du tourisme accuse un déficit de \$1,7 milliard, soit une augmentation de 6,5% par rapport à 1977
- L'autonégociation, inventée au Québec, et l'un des trois sports qui gagnent de la popularité aux États-Unis, attire au pays un nombre toujours croissant d'Américains qui viennent se balader sur nos pistes bien entretenues. Les ventes et le service en 1978, plus le tourisme relié à la pratique de ce sport ont rapporté des recettes de l'ordre de \$7 millions

Centre canadien du commerce — Tokyo

Les perspectives d'une percée par les manufacturiers canadiens sur le marché japonais n'ont jamais été aussi prometteuses. Le *Centre canadien du commerce* a ouvert ses portes en janvier dernier au centre d'exposition *World Import Mart* à Tokyo en vue d'encourager et d'aider les compagnies canadiennes à profiter des possibilités qu'offre ce marché.

Le Japon, le deuxième pays au monde dont l'économie se chiffre à un milliard de milliards, est un marché important et prospère, et les récents développements énumérés ci-après inciteront sans doute les compagnies canadiennes à s'y intéresser sérieusement:

- La valeur de yen a augmenté de 50% par rapport au dollar canadien
- Le gouvernement japonais qui accuse un surplus sans précédent de sa balance de paiements en 1978, veut encourager l'importation des produits finis
- La tendance à la libéralisation des droits de douane et des contingents qui se manifeste depuis la dernière décennie pourrait s'affermir avantageusement si les négociations commerciales multilatérales donnent les résultats favorables attendus.
- Ces développements sont des facteurs déterminants pour l'expansion des exportations des biens de consommation et de production au Japon.



De nombreuses firmes canadiennes, à qui une trop grande concurrence interdisait l'entrée de ce marché, découvriront maintenant qu'il leur est ouvert. Ayant l'avantage du prix en leur faveur, ces maisons devraient agir vite pour mieux en profiter.

Le *Centre canadien du commerce* servira pour des foires et des expositions bien précises à l'intention des distributeurs japonais, et à la promotion auprès des maisons japonaises des produits et des services offerts par les compagnies canadiennes. Les foires spéciales du *Centre* mettront en vedette une industrie canadienne pour une durée de quatre à six jours.

Au cours du prochain trimestre, le *Centre* accueillera les expositions des secteurs énumérés ci-après:

Avril — poisson traité
Mai — instruments et éléments électroniques
Juin — matériaux de construction
Celles prévues pour les derniers six mois sont encore au stade de la planification:

Juillet — ameublement
Août — saison morte au Japon
Septembre — fourrures à la mode
Octobre — équipements nucléaires
Novembre — couvre-planchers
Décembre — systèmes de données pour ordinateurs

Le *Centre*, qui est administré par le Bureau commercial de l'Ambassade canadienne à Tokyo, occupe une superficie de 300 m² au septième de l'Import Mart, et voisine les centres des Etats-Unis et du Royaume-Uni.

Si le programme vous intéresse, ou si vous avez quelques suggestions à faire au sujet de secteurs qui intéressent un nombre raisonnable de compagnies canadiennes et qui pourraient faire l'objet d'une exposition, veuillez communiquer avec la:

Division du Pacifique
Bureau du Pacifique, de l'Asie et de l'Afrique (28)
Ministère de l'Industrie et du Commerce
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Tél. (613) 996-5381

